

## **Pengaruh Produk, Promosi, Lokasi, Pelayanan, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Perumahan CV. Indoland Property di Kendal**

**BENY ADY WIBOWO**

(Pembimbing : Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, MBA, Ph.D)

*Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202534@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Perumahan merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat. Produk-produk yang ditawarkan oleh pengembang kepada konsumennya tentunya harus berorientasi kepada kebutuhan konsumen. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif. Setiap orang pasti pernah mempertimbangkan sesuatu hal sebelum melakukan keputusan pembelian. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu perumahan, seperti produk, promosi, lokasi, pelayanan, dan harga. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh produk, promosi, lokasi, pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian.

Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen perumahan CV. Indoland Property. Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini menggunakan non probability sampling dengan cara sampling purposive, yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan kriteria tertentu dalam pengambilan sampel. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis menunjukkan bahwa : 1). Produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 2). Promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 3). Lokasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 4). Pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 5). Harga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Produk, Promosi, Lokasi, Pelayanan, Harga, Keputusan Pembelian

## **Effect of Product, Promotion, Location, Service, and Price on Purchase Decision of Housing at CV. Indoland Property in Kendal**

**BENY ADY WIBOWO**

(Lecturer : Prof. Vincent Didiek Wiet Aryanto, MBA, Ph.D)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &*

*Business, DINUS University*

*www.dinus.ac.id*

*Email : 211201202534@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

Houses are one of the important needs for people. Some products offered by the developer to the costumers surely must be oriented to the customers need. Purchase decision is an alternative way to create decision making of two or more ways. Every person have considered before they decide to buy something. There are many factors that influence people to buy a house such as product, promotion, location, service, and price. Purpose this research is to analysis influence of product, promotion, location, service, and price on purchase decision. The population and samples of this research are houses customers of CV. Indoland Property. Meanwhile, the techniques of gaining the samples of this study uses non probability sampling by employing purposive sample where it is based on some certain criteria in gaining the sample. Furthermore, the technique of data analysis applies multiple regressions technique. The result of this study shows that 1) the product positively and significantly influence to the purchase decision. 2) promotion is proofed that it gives positive and a significant influence to the purchase decision. 3) location gives positive and a significant influence to the purchase decision. 4) service gives positive and a significant influence to the purchase decision. 5) price gives positive and a significant influence to the purchase decision.

**Keyword** : purchase decision, price, product, promotion, service